

## CIGÁNYZENÉSZ – ROMA HŐS?

*Romák mint pozitív szereplők a médiában*<sup>1</sup>

A szerző kiindulópontja szerint a társadalmi kisebbségek méltányos médiareprezentációjához bármely társadalomnak jelentős hosszú távú érdeke fűződik. Ez a vélekedés azon a feltételezésen alapul, hogy a média fontos szerepet játszik a kisebbségi csoportok megítélésének alakításában, ezáltal pedig a társadalmi integráció előmozdításában, a különböző etnikai csoportok együttélésének megkönnyítésében, a társadalmi stabilitás megteremtésében. Jelen írás azt a kérdést vizsgálja – magyarországi kontextusban –, hogy milyen hatást válthatnak ki azok a pozitív történetek a médiában, amelyeknek hőse egy túlnyomórészt negatív sztereotípiáktól sújtott közösséghez tartozik; nevezetesen a roma kisebbséghez. A tanulmány két, egymáshoz kapcsolódó empirikus kutatás eredményeivel kívánja illusztrálni, hogy milyen kételyek, dilemmák és válaszok merülnek fel a hírmédiában megjelenő tartalmak előállítói – újságírók, szerkesztők – körében a kérdéskör kapcsán.

## ELMÉLETEK A KISEBBSÉGEK MÉLTÁNYOS MÉDIAREPREZENTÁCIÓJA KAPCSÁN

Ha etnikai vagy faji kisebbségekről van szó, a média szerepének értékelésekor figyelembe kell venni, hogy a rasszizmusnak nemcsak a nyílt gyűlöletben vagy megvetésben testet öltő, „klasszikus” változata jelenthet veszélyt, hanem a huszadik század utolsó évtizedei óta a nyugati világban kialakuló, „modern” formája is; rasszizmus alatt „egy olyan sajátos diskurzust vagy reprezentációs rendszert” is értve, amely „az egyenlőtlenségek, hierarchikus viszonyok nyelvi és képi valóságát megteremtik és fenntartják” – írja Feischmidt a *Rasszizmus és média* című áttekintő tanulmányában (2013: 120). Egyes politikai erők számára vitatható kisebbségi követelés lehet például az elismerésre, társadalmi megbecsültségre vonatkozó igény – McCrudden (2005) a társadalmi egyenlőség különböző felfogásainak bemutatásakor utal erre –, illetve egy kisebbségi csoport kifejezett igénye a pozitív(abb) médiareprezentációra. Mindennek kapcsán nem tévesztendő szem elől az a tényező, amelyre Van Dijk hívja fel a figyelmet az ezredfordulón megjelent

*New(s) Racism* című, a neorassizmus és a hírmédia viszonyát vizsgáló művében: vagyis hogy a fehér közönség jelentős része ellenérdekeltnak érezheti magát a kisebbségek mediaképének javításában (2000: 37). Mindeközben pedig „a hírek előállítása során – csakúgy, mint bármely más termék esetében – a fogyasztók számának maximalizálás a cél” (COTTLE 2000: 19–20), az újságírók és szerkesztők pedig „rutinszerűen döntenek el, hogy melyik történetnek van hírértéke, és melyiknek nincs; mely történetekből lesz vezetőanyag, és melyek a viszonylag jelentéktelen történetek; melyik történetre kell ráállni, és melyiket kell ejteni” (HALL et al. 1978: 53).

Ha a kérdés kifejezetten az, hogy miként lehet – a többség számára is – kedvezőbbé, vonzóbbá tenni egy (hátrányos helyzetű) társadalmi kisebbség médiában megjelenő képét, figyelembe veendő a „framing” (vagyis a keretezés) jelentőségére vonatkozó elmélet is, amelynek egyik képviselője, Feinberg és Iyengar (2009) az „epizodikus keretezés” és a „tematikus keretezés” hatásainak különbségére hívja fel a figyelmet; az előbbi alatt azt a megközelítést értve, amikor konkrét, személyes történet, vagyis egy mozzanat („epizód”) révén kerül napirendre egy társadalmi jelenség, utóbbi alatt pedig azt, ha absztraktabb, illetve átfogóbb bemutatást kap a „téma”. Az utóbbi kutatók megkérdőjelezik azt a közkeletű vélekedést – amelynek elterjedéséhez a lobbisták és az újságírók körében a PR-szakemberek is hozzájárultak –, hogy feltétlenül növeli a közönség érzékenységét, ha „arcot kap” egy-egy társadalmi jelenség: Feinberg és Iyengar szerint ugyanis az epizodikus ábrázolás magában hordozza annak kockázatát, hogy az adott történet szereplőjének egyéni körülményeire, személyes tulajdonságaira helyeződik a hangsúly. Mastro és Tukachinsky, akik kutatásuk során azt vizsgálták, hogy miképp csökkenthetők egy hátrányos helyzetű etnikai csoporttal (az Egyesült Államokban élő hispán kisebbséggel) kapcsolatos negatív sztereotípiák, arra a következtetésre jutottak, hogy a domináns társadalmi csoport jóindulatának megnyeréséhez a pozitív kisebbségi „mintapéldányok” bemutatása nem egyértelműen hatékonyabb eszköz, mint a hátrányos helyzetű csoport „átlagos” tagjairól alkotott kép javítására irányuló reprezentációs módszerek (MASTRO – TUKACHINSKY 2011).

A jelen tanulmány fókuszába helyezett kérdéskör, a roma közösségek média-reprezentációja tekintetében kiemelendő, hogy a romák ábrázolását Európa-szerte a probléma-központúság határozza meg (KROON et al. 2016). Ennek kapcsán említendő meg, hogy a fehérség kritikai kutatása (critical whiteness studies) szemszögéből a romák médiareprezentációjára is alkalmazhatónak tűnik (BOGDAN 2015) a dekonstrukciós stratégia (HALL 1997), amely szerint a negatív sztereotípiák belsejébe hatolva, azokat belülről feltárva és „lakhatatlanná” téve lehet

fellépni a kedvezőtlen sztereotipikus ábrázolás ellen, mivel a negatív ábrázolás pozitívrá cserélése a gyakorlatban meglehetősen esélytelen vállalkozás. Mindazonáltal az alábbiakban a pozitív reprezentáció erősítésére vonatkozó érvekről és ellenérvekről esik szó; abból a feltételezésből kiindulva, hogy ez a stratégia sem irreleváns, ha a sztereotípiák elleni küzdelem a cél.

## AZ EMPIRIKUS KUTATÁS KONCEPCIÓJA

Az alább bemutatott – két ütemben megvalósított, interjúkra, valamint fókuszcsoportos beszélgetésekre alapuló – empirikus kutatás a hírmédiára, azon belül is a médiatartalmak létrejöttére, illetve azok létrehozóira – újságírókra és szerkesztőkre – irányult. A cél a „reprezentáció mint praxis” vizsgálata volt: vagyis annak elemzése, hogy a produkciós folyamatban milyen szerepet kapnak a hírérték-preferenciák, és milyen érdekek fűződ(het)nek az egyes témák bemutatásához (vö. HAMMER 2006). Az elemzés alapvetően diskurzusként közelítette meg az interjúkat és a fókuszcsoportos beszélgetéseket (vagyis nem az előállítási folyamatok „valóságának feltárása” mint illuzórikus cél motiválta a vizsgálatot).

Az interjúalanyok, illetve a fókuszcsoportok résztvevői a beszélgetések során olyan történeteket ismertek meg, amelyeknek – a magyarországi társadalmi kontextus ismeretében – volt valamiféle burkolt etnikai aspektusuk; nevezetesen, a történet hallgatóiban explicit utalás hiányában is felmerülhetett, hogy valamelyik kulcsszereplő roma. Kitalált, ugyanakkor életszerű, illetve a közelmúltban a valóságban megtörtént esetekre emlékeztető történetekről volt szó. Az összesen négy történet közül kettő bűncselekményekről szólt – a körülmények alapján az egyikben az elkövetővel, a másikban az áldozattal kapcsolatban vetődhetett fel, hogy a roma kisebbséghez tartozik –, a harmadik történet egy kulturális konfliktusként is felfogható rendbontási esetről, a negyedik pedig egy katasztrófa-helyzetben életüket mentő hősről. Az interjúalanyok, illetve a fókuszcsoport-résztvevők először azt a kérdést mérlegelhették egy-egy történet kapcsán, hogy hírértéke alapján adott esetben bekerülne-e az általuk képviselt lapba, illetve műsorba; igenlő válasz esetén pedig azt, hogy hogyan dolgoznák fel a történetet, különös tekintettel a szereplők (vélt) etnikai hovatartozására vonatkozó szempontokra. Ez utóbbi kapcsán említendő meg a feltételezés (BALOGH 2009), amely szerint a magyarországi hírmédiát nemcsak az írott – és részletezett – etikai szabályok, de az íratlan szabályok kifejtetlensége is jellemzi az etnicitás (különös tekintettel a roma etnicitás) megjelenítésének-kezelésének kérdéskörét illetően.

## ÚJSÁGÍRÓKKAL KÉSZÜLT INTERJÚK

Az empirikus kutatás első ütemét egy 2013 őszén, újságírók és médiaszakemberek körében lebonyolított interjúsorozat jelentette, amelynek explicit célja egy későbbiekben lebonyolítandó fókuszcsoportos kutatás előkészítése volt. Az összesen tíz interjút – vezérfonal alapján, félig strukturált formában – az ELTE BTK alapképzésben részt vevő hallgatói (és egy vendéghallgató) készítették, egy kutatószeminárium keretei között.

Az interjúsorozat elkészítésének motivációja kettős volt: a tartalmi célkitűzések (vagyis az interjúalanyok véleményének és tapasztalatainak megismerése) mellett a procedúrát (vagyis a kutatásmódszertant) illető tanulságok összegyűjtése is kiemelten fontos volt. Ez utóbbi szempontot tekintve a kutatási fázis szerepe kifejezetten kísérleti volt. Megalapozottan sejthető volt ugyanis, hogy a kutatási kezdeményezés középpontjában álló kérdéskörre vonatkozóan – vagyis, hogy milyen szempontok szerint dől el a szerkesztőségekben a (potenciálisan) etnikai aspektussal bíró történetek sorsa – kevés kifejtett információt közölnek majd az interjúalanyok. Mindazonáltal az interjúsorozat egyik fő célja annak tesztelése volt, hogy hogyan reagálnak a célcsoporthoz tartozók – elsősorban újságírók és szerkesztők – a kiválasztott történetekre; vagyis annak felmérése, hogy a történetek alkalmazhatóak lesznek-e a kutatás következő, fókuszcsoportokon alapuló fázisában.

Jelen tanulmány tárgyához azok a tapasztalatok kapcsolódnak, amelyeket az interjúsorozat során a pozitív történetről szereztünk (vagyis ahhoz, amelyben egy feltételezhetően roma származású szereplő kedvező színben tűnik fel). Ennek a történetnek az előképét egy valós – és nemzetközi szinten figyelmet kapott – eset jelentette: a Costa Concordia nevű üdülőhajó katasztrófája: a hajó 2012 januárjában elsüllyedt a Földközi-tengeren. (Az áldozatok között volt egy magyar állampolgár, a hajó vendéglőjében cigányzenét játszó zenekar hegedűse, Fehér Sándor, aki a médiában megjelent tudósítások szerint aktívan bekapcsolódott a mentésbe; a kaotikussá váló helyzetben gyermekeket igyekezett megnyugtatni, illetve mentőmellénnyel ellátni, neki magának azonban végül nem sikerült lejutnia a hajóról.) A hírérték ebben az esetben nyilvánvaló volt; inkább az volt a kérdés, hogy felmerül-e a főszereplő (roma) etnicitásának a kiemelése egy olyan esetben, amikor egy negatív előítéletektől sújtott társadalmi csoport tagja valami pozitívum – jelen esetben egy vitathatatlanul hősiessé tett – révén kerül a figyelem középpontjába.

A történet meghallgatása után az egyik, magát romának valló interjúalany – egy fiatal nő, aki egy civilszervezet médiaprogramjának résztvevője volt – elutasította, hogy pozitív történet esetében hangsúlyt kapjon a szereplő etnicitása:

„Itt sem gondolom, hogy fontos az etnikum hangsúlyozása, abszolút nem. Ha pozitív a hír, ha negatív: ember. Pont.”

Nagyon hasonlóan vélekedett a másik, magát romának valló válaszadó is, aki egy kereskedelmi televíziócsatornánál, valamint egy civil hírportálnál dolgozik.

„Az a korrekt, hogy ha előítéletet nem gerjesztek, akkor pozitív diszkriminációt sem alkalmazok. Nekem ez [a pozitív diszkrimináció] nem is létezik, ez egy annyira aljas kifejezés... Az a korrekt, hogy ha lehúznak, akkor is, ha magasztalnak, akkor is, egy út van: ember – ember.”

Ugyanez az interjúalany kétségbe vonta a pozitív történetben rejlő potenciált:

„Feltupírozni a kevéske pozitív anyagot, ami pozitív, a romákról? De ezzel nem lesz meg az egyensúly...”

Ugyanez a válaszadó azonban az interjú más pontján kifejtette, hogy a fenti megállapításokat a mainstream médiára érti: a romák médiareprezentációjának kérdése másképp vetődik fel egy olyan civil hírportálnak az esetében, amelynek a munkájában ő maga is részt vesz, és amelynek a célja kifejezetten az, hogy „apró példaképeket”, például elismert roma szakembereket vagy roma sportolókat, illetve „roma hétköznapi embereket” mutasson be, pozitív színben.

A roma médiaszakembertől fent idézett véleményeknek ellentmondóan az egyik vezető hírportál volt szerkesztője – aki nem roma – arról számolt be, hogy az általa ismert fiatal roma újságírók problematikusnak találják, hogy a mainstream média híreiben megjelenő sikeres, illetve pozitív szerepet betöltő roma személyiségek esetében nem kap említést az etnicitásuk – és szerinte ebben az esetben is ez volt tapasztalható:

„A Costa Concordián meghalt, egyébként világszerte hősként ünnevelt hegedűs, aki élete árán mentett meg egy gyereket, óriási magyar sikerként volt elkönyvelve. Nem azt írták, hogy egy cigányprímás mentette a gyereket, hanem azt, hogy egy magyar zenész.”

Világossá tette ugyanakkor, hogy ő maga más szempontok alapján döntene az etnicitás megjelenítéséről:

„Én azt tartom fontosnak, hogy csak akkor kerüljön szóba a származás, ha annak az egész ügy kontextusát tekintve van relevanciája.”

A liberális napilap volt szerkesztőjének felvetése szerint a történet hírértékét csökkentheti a hős kisebbségi háttere:

„Elég kevés pozitív példa kerül be az újságokba, bármilyen kisebbséggel kapcsolatban. Általában a negatív dolgokat szokták hozni bizonyos újságok.”

Ugyanakkor a Costa Concordia esetében – a történetre ő is emlékezett – érthetőnek tartotta a fokozott médiafigyelmet:

„Amikor ez a hajó felborult a Földközi-tengeren, és akkor ez a cigány, nagyon tehetséges hegedűs srác még az utolsó pillanatban is mentette a gyerekeket, és ott halt meg, akkor nálunk, a lapnál az egyik újságíró csinált erről egy történetet. Sőt azt gondolom, hogy az egész magyar sajtó elég sokat foglalkozott vele. Nagyon sokan bulvárszempontról foglalkoztak vele, és nagyon sokan a kártérítéssel kapcsolatos ügyeket feszegették...”

Az online hírportál újságírója némi hezitálás után az etnicitás explicit megjelenítése mellett döntött, figyelembe véve az adott körülményeket is (vagyis hogy az eset külföldön történt):

„Lehet, hogy így kiegészítettem volna: „magyar cigányprímás” [...] És akkor magyar is, cigány is, hős is a zenész. Tehát, szerintem az egy érdekes adaléka a történetnek, hogy cigányzenész volt az illető. Szerintem ebben az esetben megemlíthető, hogy roma származású.”

A közszolgálati televíziónál, illetve egy egyházi rádiónál dolgozó újságíró az etnicitásra való bármilyen utalás kiküszöbölése mellett foglalt állást:

„Teljesen mindegy, hogy milyen zenét játszott, mondom, hogy bluest vagy operettet vagy cigányzenét.”

A kulturális-közéleti portál szerkesztője illusztrált vezető anyag lehetőségét látta a történetben, az etnicitás implicit megjelenítésétől pedig nem zárkózott el:

„Azt, hogy cigányzenész, valószínűleg mondanánk, de az etnikai hovatartozást, hogy ő egy roma, nem hangsúlyoznánk, mert nyilvánvaló.”

Az ingyenes terjesztésű napilap szerkesztője – aki szerint, ha meg lehet szólaltatni a szereplőket, akkor a közönség számára nagyon érdekes történet kerekedhet az esetből – szintén az implicit megjelenítés felé hajlott:

„Nem tudom, mennyire lenne érdemes hangsúlyozni a roma származást, hiszen úgysí oda lenne írva, hogy cigányzenész, akkor ezzel már el is mondtál mindent.”

A kisebbségi kérdésekkel foglalkozó társadalomkutató szerint az interjú kérdés-sorában szereplő történet „elérné az ingerküszöböt”, és a bulvármédia biztosan „lecsapna rá”. Az etnicitás implicit megjelenítését illetően árnyalt szempontokat vetett fel, utalva az esszencializmus veszélyére:

„Ha egy ilyen hírben kiemelik ezt, hogy cigányzenész, akkor az már valamit akar jelezni. De ebben az a csavar, hogy ez pont felerősíti azt a mítoszt – vagy előítéletet –, hogy a cigányokon belül a zenész cigányok, azok a sikeresek. És ez már elvezet oda, hogy a cigányok azok, akik már a bölcsőben elkezdnek hegedülni, meg mit tudom én, mit csinálni. Noha pozitív a történet, de mégis... ezt a mentális skatulyát még jobban megerősíti. Vagy tesz rá egy újabb lakatot.”

## AZ INTERJÚSOROZAT TAPASZTALATAI

A tartalmi eredményeket illetően, az interjúalanyok válaszai alapján sokszínű kép bontakozott ki: a beszélgetések során számos érdekes történetet és szempontot – és olykor kínzó dilemmákat – osztottak meg. A kutatási fázis eredményeinek összegzésekor bebizonyosodni tűnt ugyanakkor az is, hogy az egyéni interjúk módszere ezzel a célcsoporttal (újságírók, szerkesztők) nem garantál maximális hatékonyságot.

## A FÓKUSZCSOPORTOS KUTATÁS INDOKOLTSÁGA

Az interjúsorozat tapasztalatai az empirikus kutatás más módszeren alapuló folytatásának szükségessége, illetve a fókuszcsoporthoz tartozó módszerének alkalmazása mellett szóló érvekké formálódtak át. Egyrészt erősödött a feltevés, hogy az interjúmódszer aligha adhat alkalmat arra, hogy bizonyos – érdekek és értékek versengését magukban foglaló – döntési helyzeteket a maguk komplexitásában át lehessen látni; a fókuszcsoporthoz viszont elősegítheti ezek elemzését – a kulcsszempontok és a motivációk, valamint az implicit mérlegelési elvek megfogalmazására inspirálhat. Másrészt felmerült, hogy fokozódhat a válaszadók motiváltsága a problémák megoldására, ha hozzájuk hasonló szakmai tapasztalatokkal rendelkező beszélgetőtársak, kollégák társaságában („peer group”-ban) vannak. Harmadrészt felvetődött, hogy egy-egy hipotetikus helyzetbe könnyebb lehet belehelyezkedniük a kutatás alanyainak, ha a körülmények jobban adottak a hétköznapi környezetük kikapcsolására és a kutatási szituáció átélésére; például egy (lehetőség szerint) gondosan megszervezett fókuszcsoporthoz tartozó keretében: egy becsukott ajtajú szobában, beszélgetőtársakkal körülvéve.

A fókuszcsoporthoz mint módszer lényegileg kapcsolódik a kutatás hipotéziséhez, vagyis ahhoz, hogy az esetleges etnikai tényezők hírekben való meg (nem) jelenítésével kapcsolatos újságírói és szerkesztői rutindöntések mögött íratlan – vagy talán megfogalmazatlan – elvek és szempontok állnak. A fókuszcsoporthoz tartozó módszer társadalomtudományi alkalmazásának előnyeit illetően évtizedek óta konszenzus mutatkozik a nemzetközi szakmai diskurzusban; vagyis, hogy a fókuszcsoporthoz – a társas interakciók és a csoportdinamika révén – olyan sajátos előnyökkel jár, amelyeket egyetlen más módszer sem tud nyújtani (GIBBS 1997); például magában hordozza annak ígéretét, hogy nyomon követhetjük az álláspontok artikulálódását, sőt módosulását (KITZINGER – BARBOUR 1999). Ahogy Oblath Márton (2007) fogalmaz (egy magyar közönség számára írt módszertani útmutatóban): „A fókuszcsoporthoz tartozó differencia specifikája a diszkurzív szinergia.” Oblath négy olyan típust azonosít kutatási kérdések, illetve témák tekintetében, amelyek esetében a fókuszcsoporthoz tartozó módszerének alkalmazása különösen indokolt és hasznos lehet – és ezek mindegyike releváns bizonyos szinten az etnicitás médiában való megjelenítése mint téma kapcsán:

- „amelyekről az emberek hajlamosak azt gondolni, hogy nincs róla véleményük, vagy nincs elegendő személyes tapasztalatuk, ahhoz, hogy véleményt mondjanak (ez gyakori a nem tartós fogyasztási cikkek, például



- mosószeres vagy élelmiszerek esetében, noha az új terméket fejlesztő gyártó meg kívánja ismerni, mit s hogyan használnának a fogyasztók);
- „amelyek éppenséggel túl bonyolultak ahhoz, hogy segítség nélkül képesek legyünk átfogó képet alkotni róluk”;
- „esetleg olyan jövőbeli helyzetekhez kapcsolódnak, amelyekben igen bizonytalan, hogy mely körülmények és miként befolyásolhatják az emberek magatartását”;
- „egyszerűen olyanok, amelyekhez egy-egy ember nehezen találja meg önállóan a szavakat” (OBLATH 2007).

A fentieket figyelembe véve igen erős, mondhatni megdönthetetlen érvek szóltak a fókuszcsoporthoz alkalmazása mellett.

## A FÓKUSZCSOPORTOK ÖSSZEÁLLÍTÁSA ÉS LEBONYOLÍTÁSA

A csoportok összeállításánál az elsődleges szempont az volt, hogy az egyik csoportba roma – azaz magukat romának valló –, a másik csoportba pedig nem roma újságírók kerüljenek. Ez a módszertani megoldás, vagyis az etnikailag „szegregált” csoportok szervezése lényegileg összefüggött azzal a feltételezéssel, amelyet a korábban készített interjúk eredményei alapján alkottunk: hogy a kisebbségek – magyarországi kontextusban pedig leginkább és elsősorban a romák – médiareprezentációjának kérdései kibeszéletlen témát jelentenek a hazai újságírók számára. Ennek alapján nem volt kizárható, hogy a roma és nem roma újságírók részéről más-más szempontok merülnek fel a kérdések kapcsán. Ezeknek a szempontoknak az azonosítására és megvitatására azonban nem feltétlenül alkalmas egy olyan közeg, amelyben a résztvevők óhatatlanul nemcsak szakemberekként – médiamunkásokként – vannak jelen, hanem bizonyos mértékig a kirekesztett és a kirekesztő társadalmi csoport képviselőiként. A kutatás hatékonyságának fokozása szempontjából tehát indokoltnak tűnt az „elkülönítés”, és ugyanez tűnt helyes megoldásnak etikai szempontból is; az arra való törekvés jegyében, hogy a kutatás résztvevői minél biztonságosabb és kényelmesebb légkörben oszthassák meg a tapasztalataikat, vethessék össze a nézeteiket, és alakíthassanak ki esetleg új, közös vagy egyéni álláspontokat. Ezt az álláspontot osztják Bloor és szerzőtársai, akik szenzitív témák esetében kifejezetten ajánlják a fókuszcsoporthoz módszert, illetve azt, hogy hasonló helyzetben lévőek kerüljenek egy csoportba, mivel a baráti-kollegiális, társas közeg bátorítólag hathat a résztvevőkre, hogy megosszanak olyan véleményeket is, amelyeket egy interjú során talán nem vetnének fel. Másfelől az is felvethető, ismét, hogy nehéz

és érzékeny témák esetén az oldott baráti légkör, illetve a „sorstársi” közösség akár előnyös is lehet a vita produktivitását tekintve (BLOOR et al. 2001).

A fókuszcsoportok összeállításánál fontos szerepet játszott a heterogenitásra való törekvés a szakmai profil, illetve az intézményi háttér tekintetében. A roma csoportnak négy résztvevője volt: egy roma civil hírportálnál dolgozó újságíró, egy kormányzati sajtómunkatárs, egy közszolgálati televíziónál dolgozó szerkesztő-műsorvezető és egy kereskedelmi televíziónál dolgozó riporter-szerkesztő. A nem roma csoport résztvevői heten voltak: az egyik vezető hírportál újságíró-szerkesztője, egy szintén vezető hírportál újságírója, egy közéleti hetilaphoz kapcsolódó hírportál újságírója, egy baloldali<sup>1</sup> politikai napilap újságírója, egy (többek között újságírókat oktató) fotós; egy független<sup>2</sup> hírportál újságírója és egy konzervatív<sup>3</sup> politikai napilap szerkesztő-újságírója.

Mindkét fókuszcsoport ugyanazon a héten zajlott, 2014 márciusában. A fókuszcsoportos beszélgetések résztvevői az interjúk során használtakhoz hasonló történeteket hallgattak és vitattak meg, az interjúk során feltettekkel lényegében megegyező kérdések alapján (bekerülne-e a történet, hogyan dolgoznák fel, mit kezdenének az etnikai aspektussal). A következő részek (visszatérő) témaegységek, vagyis szekvenciák szerinti bontásban mutatják be a pozitív történethez kapcsolódó beszélgetésrészek tartalmát: idézőjeles kiemelés jelzi az egységeket meghatározó állításokat és kérdéseket, amelyek esetenként csak implicit módon jelentek meg (vagyis nem hangzottak el feltétlenül az idézőjelben szereplő formában).

Pozitív – vagyis kisebbségi csoporthoz tartozó „hős”-ről szóló – történetként az interjúsorozat során is tárgyalt Costa Concordia-esetre emlékeztető, rövid elbeszélés került be a forgatókönyvbe. Absztrakció csupán annyi volt, hogy a szövegben nem szerepelt semmilyen konkrétum (földrajzi név, a hajó neve satöbbi), tehát elvileg nem volt muszáj a konkrét, 2012-es esetre gondolni. A történet meghallgatása után azonban mindkét csoport (nem meglepő módon) a Costa Concordia katasztrófáját és Fehér Sándor alakját idézte fel, az eset megbeszélésekor pedig a valós történet körülményeiből indultak ki a résztvevők.

## ROMA ÚJSÁGÍRÓK CSOPORTJA

A történet meghallgatását követő másodpercnyi csönd után a csoport egyik tagja – egy kereskedelmi televízió szerkesztő-riportere – az esethez fűződő személyes emlékeit idézte fel:

„Elég borzalmas. Mikor még nem derült ki, hogy meghalt, a testvérével forgattam, és olyan szörnyű volt; mondta, hogy: »Biztos él, biztos él!«. És már pontosan tudtuk, hogy, aha...»

„Magyar vagy roma hősként szerepelt Fehér Sándor a médiában?” – A csoport tagjai számára Fehér Sándor roma származása, illetve háttere nem volt kétséges, azt illetően viszont vita alakult ki, hogy vajon a (magyarországi) többségi társadalom, illetve a nemzetközi közönség szemében Fehér romaként, „magyarként”, esetleg „magyar cigány”-ként jelent-e meg. A problémát a civil hírportál újságírója vetette fel (miután beszámolt arról, hogy az általa képviselt portál korábban interjút készített Fehérrel, amelyet a katasztrófa után a külföldi média felhasznált):

„Az tök érdekes kérdés, hogy... hogy pár nap alatt szivárgott csak be a többségi médiába. Nem tudom, hány nap kellett hozzá, hogy felmérjék, hogy ez egy pozitív hír [...] Hamarabb ment le a BBC-n, vagy hol, mint itthon. [...] Nem tudom, hogy alakult volna, hogy ha... az egy nem roma lett volna. Hanem egy magyar hős.”

A kereskedelmi televíziónál dolgozó szerkesztő-riporter szerint:

„Valószínűleg a többség azt mondja, hogy magyar hős.”

A közszolgálati televíziónál dolgozó résztvevő pontosítást fűzött az elhangzottakhoz:

„Ez külföldön úgy ment, hogy magyar cigány.”

A civil újságíró konklúziója végül az alábbi volt:

„Igazából... az egészséges lehet, hogy az lett volna, hogy a többségnek a Fehér Sándor egy magyar hős lett volna, nekünk meg egy cigány hős.”

„A romáknak vagy a többségnek van szüksége roma példaképekre?” – A beszélgetés előző részéhez szorosan kapcsolódó kérdés a kormányzati szférában dolgozó sajtóreferens felvetése nyomán került fel a napirendre, és generált erősen polarizált, az álláspontok közeledése nélkül lezajló vitát:

„Na, itt lenne egyébként baromi nagy szerepe a roma újságírónak, a roma médiában. Mert egyébként nem biztos, hogy a többségi társadalom szem-

pontjából annyira fontos, hogy roma volt, vagy nem. Viszont a romák számára nagyon-nagyon fontos.”

A vitában az egyik markáns álláspontot a kereskedelmi televíziónál dolgozó újságíró képviselte:

„Én evvel nem értek egyet. Miért ne lenne fontos a többségiek számára?”

A kormányzati sajtómunkatárs markáns ellenvéleményt fogalmazott meg:

„Hagyjad már! Hát ez csak rossz irányba viszi az egészet. [nevetés] Hát miért kéne... Hát most »bezzegcigányt« csináljunk? A cigányoknak mutassunk egy »bezzegcigányt«, hogy legyenek példaképek. A nem cigányok számára most mitől lesz példakép?!”

A beszélgetés egy pontján kiderült, hogy ezt a résztvevőt a példaképállítás ügye, méghozzá konkrétan Fehér Sándorral kapcsolatban, személyesen is érintette:

„Jó, most akkor elmondom azt a sztorit... Amikor megírtam, hogy legyen egy emlékműve a Fehér Sándornak, akkor [egy roma civil csoportban] még mondták is, hogy tök jó lenne, ha mi összedobnánk rá. [...] Hogy egy romának emléket állítanak a romák, szerintem ez nagyon jó üzenet lett volna. Azért gáncsolták el az egészet, mert hogy úgyis kapnak sok kártérítést, és így majd intézzék a kártérítésből... az anyukája... [...] és ne mi adjunk erre pénzt. Tehát, amíg ennyire nem látjuk át a sztorit, addig nincs miről beszélni.”

A kérdést illetően – hogy a többség vagy a közösség felé van szükség üzenetekre – ezúttal a civil portál újságírója fogalmazott meg a fentitől eltérő álláspontot, vizszakanyarodva a média szerepére:

„Jó, de ez egy eset... [...] Az egy cél lenne, hogy pozitív szereplőket állítsunk [...] És az biztos hatna a többségre.”

„Sokféle szerepben kellene bemutatni a romákat” – Ezt a nézetet a közmédiában dolgozó televíziós újságíró osztotta meg a csoporttal; mintegy azzal a szándékkal, hogy integrálja a vita során elkülönült álláspontokat:

„Mind a kettőtöknek szerintem igaza van, hogy a többségi társadalom tagjainak is lehet az egy példa, hogy ott van egy roma művész, és nem csak festő, nem csak zenész – mert ugye, ez is egy sztereotípia, hogy a cigányok csak zenében jók. Meg a táncban, csak az ilyen művészeti dolgokban. De ha bemutatok például egy agysebészt, vagy bemutatok egy fotómodellt, aki testépítéssel foglalkozik...”

„Zenész romákat egyáltalán nem kellene bemutatni” – A kereskedelmi televízió riporterének reakcióját az előző felvetésre így is lehetett érteni:

„A Daróczi Jani mondta – mert én is dolgoztam vele az MTV-ben együtt –, hogy »nem kellene zenészeket mutatni! Azt tudják – a többség –, hogy tudunk zenélni meg táncolni. Mutassunk be inkább hétköznapi embereket: orvost, mérnököt...«”

A kormányzati szférában dolgozó résztvevő szerint azonban ez az álláspont – a Costa Concordia esetét figyelembe véve – árnyalásra szorul:

„Na jó, de ilyen szerepben azért be lehet mutatni egy roma zenészt...”

„Nem fontos a származásról beszélni” – A közszolgálati televízió munkatársa a pozitív médiareprezentáció kapcsán vitt végig egy érvet (amelyre nem érkezett reakció a csoport tagjaitól):

„Én egy éve dolgozom a [...] kulturális magazinban, ahol roma embereket mutatunk be, különböző művészeket, és [...] egyedüli roma vagyok a csapatban [...] És nagyon sokszor [...] összeveszünk, hogy fontos-e arról beszélni, hogy cigány... hogy hogyan éli meg a cigányságát egy cigány művész, vagy mennyire nehéz neki, hogy a sorsáról beszéljünk. És mindig más konklúzióra jutunk. Például énszerintem nem fontos megemlíteni, hogy cigány származású valaki, mert látjuk. A kép többet mond sokszor, mint [...] egy narráció vagy bármi. [...] Szerintem mind a két közönségnek van szüksége a pozitív dolgokra.”

Ugyanezt a gondolatot egy népszerű roma előadóművész „piacképessége” kapcsán ismét felvetette a közszolgálati televíziónál dolgozó újságíró:

„Tényleg kérdés előttem még mindig az, hogy fontos-e az, hogy beszéljünk valakinek a cigány származásáról. [...] Már közhellyé válik például, hogy Caramel az első cigány származású ember, aki Magyarországon egy olyan reklámban szerepelt, ami nem cigányokról szól, vagy nem cigányok a célközönség. [...] Caramel mindenki számára tök jó példa. A nem romák is tökre szeretik. Az egyik leghíresebb, legjobb hazai zenei előadó [...] De szerintem el kell jutni addig a szintig... [...] hogy ne kelljen valakinek a származásáról beszélni.”

„Látunk-e romákat a népszerű televízió-műsorokban?” – Ezt a kérdést illetően a kereskedelmi televízió újságírója úgy vélte, hogy:

„Ha megnézzük a két szappanoperát, szerintem ott nincsen roma színész. [...] A legszerényebb becslések szerint is a társadalom hat-nyolc százaléka roma, és ha megnézed a szereplők gárdáját...”

A közszolgálati televíziónál dolgozó szerkesztő-újságíró helyeslőleg tette hozzá:

„Pedig vannak jó színészeink is. És azt gondolom, hogy találnának.”

„Van-e igénye a többségi közönségnek pozitív roma szereplőkre?” – Ez a probléma a közszolgálati televíziónál dolgozó újságíró egy újabb felvetése kapcsán került napirendre, amelyben eredetileg a közszolgálati és a kereskedelmi televíziók befolyásoló erejét vetette össze a romákról közvetített kép pozitívabbá tétele szempontjából:

„Szerintem ez is nagyon fontos, hogy hol találjuk ezeket. Vagy hogyan tudjuk úgy bemutatni, úgy eladni, hogy »brand« legyen ez; hogy ne legyen ciki cigányokról filmet nézni.”

A témához először a kereskedelmi médiában dolgozó résztvevő szólt hozzá:

„Szerintem erről komoly felmérések vannak, hogy ez alapján döntenek el.”

A kormányzati szférában dolgozó résztvevő szkepticizmusának adott hangot:

„Nincs rá igény. [...] Sokkal inkább azt váltaná ki az emberekből, hogy esténként, amikor hazajövök, leülök, elegendem van belőlük, nem fogok egy cigányt [nézni].”

Ugyanő tette hozzá:

„A Győzike Show-t sem azért nézték... [...] Nem a viccein nevettek, hanem kinevették.”

A közszolgálati televízió újságírója egy anekdotikus elemmel – egy szakmai élménye megosztásával – vitt fordulatot a vitába:

„Én nagyon sokat vitatkoztam erről, bent [az egyik kereskedelmi csatornánál], nem olyan régen. Bemutattak, egy évvel ezelőtt, egy anyagot: volt ez a zenész, aki ilyen mulatós zenét játszik... [...] És tök hülyének mutatták be. És tök gazdagnak. Egy cigány vagy nagyon gazdag, vagy nagyon szegény. Én akkor megkérdeztem, hogy: »Erre van szüksége a népnek!?« Azt mondta az aktuális szerkesztő: »Nem. A népnek arra van szüksége, amit mi adunk nekik.«”

Ezután az egyik vitapartner, a kereskedelmi televízió újságírója már a fenti véleményt osztotta (vagyis nem a nézői, hanem a szolgáltatói preferenciákat vélte meghatározónak a médiatartalom alakulásában):

„Szerintem a két nagy kereskedelmi csatorna, kis túlzással, bármit ad, azt fogják [fogyasztani]...”

Megjegyzendő még, hogy a beszélgetés ezen szakaszában – vagyis a negyedik történethez kapcsolódóan – egyetlen olyan megnyilvánulás volt, amely egyhangúlag pozitív visszajelzéseket váltott ki a csoport többi tagjából: amikor a civil újságíró említést tett az általa képviselt portál kezdeményezéséről a roma előadóművészek láthatóvá tételéért:

„Ezernyi zenészt megkérdeztünk. [...] igazából szinte csak ezt csináltuk az utóbbi három évben. [...] ha valaki akar keresni roma zenészt, akkor az beüti [...], és majdnem mindenkiről van videó vagy valami.”

## NEM ROMA ÚJSÁGÍRÓK CSOPORTJA

„Roma volt-e a Costa Concordia magyar hőse?” – Miután meghallgatták, és valóságos esetként azonosították a történetet, a nem roma csoportban ez a kérdés merült fel először. Igaz, csak az egyik résztvevő – a baloldali napilap újságírója – részéről, akit nagyon meglepett a többiek válasza, mármint az, hogy Fehér Sándor, a 2012-es hajókatasztrófa magyar áldozata roma származású volt: a történetet ismerte, a főszereplőt viszont nem romaként tartotta számon.

„Kiemelendő-e a pozitív szereplő roma háttere?” – Az érdemi kérdés ez volt a történet kapcsán. A konzervatív napilap szerkesztő-újságírója egyértelmű igennel válaszolt:

„Fotót is hoztunk róla, beszámoltunk róla, és azt gondolom, hogy ez esetben szerintem annak az elhallgatása lenne problematikus, hogy ő milyen származású, nem pedig a megemlézése. Annál is inkább, mert ez az a hír, ami alkalmas arra, hogy a hangsúlyos megjelenítésével a média – teljesen a szakma szabályai szerint eljárva és a valósághoz igazodva – oldja, gyengítse a negatív sztereotípiákat.”

Ugyanez a résztvevő úgy vélte, hogy a Costa Concordia-ügy médiareprezentációja ilyen szempontból megfelelő volt.

„A Costa Concordiának az esete [...] globális érdeklődést kiváltó hír volt. Önmagában az, hogy van magyar szála, már érdekes, és így meg aztán pláne érdekes [...] A magyar sajtó szerintem erről beszámolt egész tisztességesen. És pozitívan.”

A fotós szerint felmerül az esszencializmus veszélye:

„Egy cigányzenész. Ennél sztereotipikusabb cigány nem lehet, szerintem.”

A későbbiek során ez a résztvevő volt az, aki az önkéntes identitásválasztás elve alapján a konkrét esetben – egy halottról lévén szó – aggályosnak találta az etnikai hovatartozás kiemelését, például egy újságcikkben.

Felmerült az a kifogás is, hogy a megkülönböztetés még akkor sem feltétlenül kívánatos, ha pozitív, másrészt viszont megfogalmazódott az a vélemény, hogy ilyen esetekben a hős etnikai hátterének lenne kifogásolható, mivel az ilyen történetek segíthetnek a negatív társadalmi sztereotípiák leküzdésében.



„Hogyan azonosítja magát az érintett?” – Az első kérdés a baloldali napilap újságírója részéről merült fel:

„Önkéntes identitásválasztásban hiszek – én, például. Nem kérdeztük meg Fehér Sándortól, hogy ő minek tartotta magát.”

A konzervatív lap újságírója viszont a konkrét esettel kapcsolatban ezt az aggályt eloszlathatónak találta:

„De én úgy emlékszem, hogy a családja nyilatkozott, és a családja számára ez nem volt kérdés. Tehát nem vetődött fel problémaként, hogy ő most cigány vagy nem cigány. Ők erre büszkék is voltak, valószínűleg.”

„Milyen műfajú közleményben lehet a (pozitív) szereplő etnicitását tárgyalni?” – Ezt a kérdést a kisebbségi háttér megjeleníthetőségét illetően az egyik vezető hírportál újságírója vetette fel:

„Viszont azt én nem tudom elképzelni egy újságcikkről, hogy azt írja, hogy a roma nem tudom én kicsoda. [...] azt inkább egy publicisztikában tudom elképzelni.”

„Előnyben részesítésnek tekinthető-e az etnicitás feltüntetése (pozitív kontextusban)?” – Ezt a kételyt a fotósként és trénerként részt vevő fogalmazta meg:

„Legyen önkéntes az identitásválasztás... dönthesse el ő azt...”

A baloldali napilap újságírója nem találta relevánsnak a felvetést (és a diskurzusnak ez a szála végül lezáratlan maradt):

„A pozitív diszkrimináció, az, mondjuk, nem mond ellent az önkéntes identitásválasztásnak.”

## A FÓKUSZCSOPORTOK TAPASZTALATAI

A fókuszcsoportos beszélgetések során megfogalmazott vélemények – a várakozásoknak megfelelően – igen összetettek és cizelláltak. Mindazonáltal mindkét csoport résztvevői számára magától értetődőnek tűnt, hogy a médiának szerepe

van a sztereotípiák, és ezáltal a társadalmi légkör alakulásában. Ezzel összefüggésben, mindkét csoport esetében hangsúlyosan merült fel a magyarországi társadalom előítéletessége a roma kisebbséggel szemben mint egy olyan tényező, amelyet az újságíróknak a legmesszebbmenőkig figyelembe kell vennie a munkája során.

Ami a konklúziókat illeti, a megtapasztalt nehézségek és akadályok ellenére is a roma csoport tűnt optimistábbnak bizonyos célok elérése tekintetében. Noha azt illetően nem volt körükben egyetértés, hogy a (többségi) társadalom gondolkodásának megváltoztatására képes lehet-e a sajtó, szóba került például a média ereje a társadalmi integrációért felelős döntéshozókra való nyomásgyakorlást illetően. A nem roma csoport esetében meghatározóbbnak tűnt a szkepszis a társadalmi helyzet megváltoztatásának, visszafordításának esélyére vonatkozóan, illetve felvetődött, hogy a társadalmi problémák megoldása nem feltétlenül a média feladata.

## ZÁRÓ GONDOLATOK

Az etnicitás médiában való megjelenítésének általánosabb kérdésköre kapcsán a kutatás előzetes feltevése az volt, hogy a problémák artikulálatlansága, kibeszéletlensége a meghatározó – erre vonatkozóan hangsúlyosan említhető az egyik interjúalany (egy ingyenes terjesztésű napilap szerkesztője) által alkotott diagnózis, aki egyrészt megerősíti a feltevést, másrészt Magyarországon túlnyúlónak, illetve regionálisnak sejtje a jelenséget:

„[...] a fejlődő és a kelet-európai országokra jellemző, hogy nincsenek egységes iránymutatások, nem igazán vitatkozik és beszél ki az etnikai kérdéseket, nem a média termeli ki ezeket, hanem csak fut az események után.”

Ami a jelen írás szűkebb fókuszát, vagyis a roma kisebbségre vonatkozó negatív sztereotípiák elleni stratégiák körében a pozitív történetek szerepét illeti, nem kaptunk egyértelmű választ. Az interjúk és a fókuszcsoportos beszélgetések eredményei alapján egyáltalán nem látszik egyetértés a tekintetben, hogy a „roma hősök” médiában való szerepeltetése feltétlenül kívánatos volna; sokkal hangsúlyosabbak azok a vélemények, amelyek szerint a romákról a többségi társadalomban kialakult kép javítása komplex feladat, amely túlnyúlik a média hatókörén, illetve függ a romák önképének javítására irányuló erőfeszítések sikerétől (vagy sikertelenségétől).

## JEGYZETEK

- <sup>1</sup> A közfelfogás szerint ez a lap baloldali irányultságú, ugyanakkor ennek a címének az alkalmazhatósága a szóban forgó médiaorgánum esetében nem minden szempontból megkérdőjelezhetetlen.
- <sup>2</sup> Ez a portál, legalábbis az indulásakor, függetlenként definiálta magát, az ilyen (ön)besorolások azonban természetesen megkérdőjelezhetőek lehetnek.
- <sup>3</sup> A közfelfogás szerint ez a lap konzervatív beállítottságú; jóllehet, ez a besorolás tudományos – politikatudományi – szempontból nem feltétlenül szabatos.

## IRODALOMJEGYZÉK

- BALOGH Lidia (2009): Etnikai adatok kezelése a magyarországi sajtóban. *Föld-rész* 2(3–4). 81–91.
- BLOOR, Michael et al. (2001): Trends and Uses of Focus Group. In: BLOOR, Michael (ed.): *Focus Groups in Social Research*. SAGE, London. 1–18.
- BOGDAN, Maria (2015): The Role of Media Representation in Knowledge Production About Roma. *Roma Rights* 2. <http://www.errc.org/article/roma-rights-2-2015-nothing-about-us-without-us-roma-participation-in-policy-making-and-knowledge-production/4433/10> (Letöltés ideje: 2016. december 18.)
- COTTLE, Simon (2000): Media Research and Ethnic Minorities: Mapping the Field. In: COTTLE, Simon (ed.): *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*. Open University Press, Buckingham, Philadelphia. 1–30.
- ENTMAN, Robert M. (1992): Blacks in the News: Television, Modern Racism and Cultural Change. *Journalism Quarterly* 69(2). 341–361.
- FEINBERG, Jane – IYENGAR, Shanto (2009): *How Framing Influences Citizen Understanding of Public Issues. An Interview with Shanto Iyengar, a Leading Scholar on Frame Effects*. FrameWorks Institute. Washington D.C. <http://www.frameworksinstitute.org/assets/files/iyengarinterview2009.pdf> (Letöltés ideje: 2016. december 18.)
- FEISCHMIDT Margit (2013): Rasszizmus és média. Elméleti megközelítések. In: BOGDÁN Mária és mtsai (szerk.): „Csak másban”: Romareprezentáció a magyar médiában. Gondolat Kiadó – PTE Kommunikáció- és Médiatudományi TanSzék, Budapest – Pécs. 111–140.
- GIBBS, Anita (1997): Focus Groups. *Social Research Update* 19. <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU19.html> (Letöltés ideje: 2018. január 6.)

- HALL, Stuart et al. (1978): *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*. Palgrave Macmillan, London.
- HALL, Stuart (1997): *Representation & the Media. Transcript*. Media Education Foundation, Northampton. <http://www.mediaed.org/transcripts/Stuart-Hall-Representation-and-the-Media-Transcript.pdf> (Letöltés ideje: 2016. december 18.)
- HAMMER Ferenc (2006): *Közbeszéd és társadalmi igazságosság. A Fókusz szegénységábrázolásának értelmezése*. Gondolat, Budapest.
- KITZINGER, Jenny – BARBOUR, Rosaline S. (1999): Introduction: The Challenge and Promise of Focus Groups. In: BARBOUR, Rosaline S. – KITZINGER, Jenny (eds): *Developing Focus Group Research: Politics, Theory and Practice*. SAGE, London. 1–20.
- KROON, Anne C. et al. (2016): Victims or Perpetrators? Explaining Media Framing of Roma Across Europe. *European Journal of Communication* 31(4). 375–392.
- MASTRO, Dana – TUKACHINSKY, Riva (2011): The Influence of Exemplar Versus Prototype-Based Media Primes on Racial/Ethnic Evaluations. *Journal of Communication* 61(5). 916–937.
- MCCRUDDEN, Christopher (2005): Thinking About the Discrimination Directives. *European Anti-Discrimination Law Review* 1(18). 17–23.
- OBLATH Márton (2007): A fókuszcsoporth. In: FEISCHMIDT Margit – KOVÁCS Éva (szerk.): *Kvalitatív módszerek az empirikus társadalom- és kultúrakutatásban: Egyetemi tankönyv és szöveggyűjtemény*. ELTE BTK Művészetelméleti és Médiakutató Intézet, Budapest. [http://mmi.elte.hu/szabadbolcseszeti/mmi.elte.hu/szabadbolcseszeti/index2b6d.html?option=com\\_tanelem&id\\_tanelem=836&tip=0](http://mmi.elte.hu/szabadbolcseszeti/mmi.elte.hu/szabadbolcseszeti/index2b6d.html?option=com_tanelem&id_tanelem=836&tip=0) (Letöltés ideje: 2018. január 6.)
- VAN DIJK, Teun A. (2000): New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach. In: COTTLE, Simon (ed.): *Ethnic Minorities and the Media: Changing Cultural Boundaries*. Open University Press, Buckingham, Philadelphia. 33–49.